Estudando: Design Gráfico

Dicas para a Criação de uma Identidade Visual

Ao chegar até aqui, você já está pronto para construir uma nova imagem para sua organização.

A criação da identidade visual é um processo que requer dedicação, criatividade e a participação e união de toda a sua equipe, mas não é um monstro de sete cabeças.

Para facilitar ainda mais, reunimos seis dicas que podem ajudar a encontrar a essência da sua marca e expressá-la de uma forma mais simples.

Crie uma Identidade Visual Coerente e Flexível

Tenha em mente todos os produtos nos quais você quer aplicar a sua identidade visual.

Crie um logotipo que possa se adaptar facilmente à diferentes formatos, sem perder a essência da sua missão.

Sua imagem deve ser consistente e flexível ao mesmo tempo.

Parece contraditório? Um pouco, mas depois de você realizar todo o processo de análise da sua marca para a construção da identidade visual, fica bem mais fácil aplicar a essência do seu negócio em qualquer formato.

Faça Mais Que um Logotipo

Ao mesmo tempo em que o logotipo deve deixar claro ao cliente quem é a sua empresa, ele também precisa despertar a curiosidade para saber mais sobre ela e tudo o que pode oferecer.

As imagens conseguem transmitir mensagens poderosas, então, pense bem sobre que tipo de voz você quer que o seu logo expresse.

Ela precisa estar de acordo não apenas com os seus padrões, mas também flexível aos parâmetros de clientes em potencial.

Vamos considerar como exemplo novamente o McDonald's. O logotipo da marca é composto pelo famoso M na cor amarela, aplicado a um fundo vermelho, enquanto o restante do nome é apresentado na cor branca e em uma fonte simples.

Entretanto, em diferentes meios e produtos, este logo se transforma apenas no M e o fundo vermelho, ou até mesmo combinado com outro plano de fundo.

Entretanto, você sempre consegue reconhecer a face do McDonald's nessas distintas representações.

Crie um logotipo que torne a sua marca inesquecível para o público.

Não Se Prenda Apenas a Uma Ideia

Você se lembra de quando conversamos sobre a importância do brainstorming na outra lição?

Naquela reunião, não surgirá apenas uma grande ideia que resolverá os seus problemas, e sim um apanhado de propostas que você precisará estudar.

Cada cliente terá uma visão única da sua marca e cada funcionário terá uma ideia diferente para construir a identidade visual.

Então, por que você seguiria apenas uma linha de raciocínio para expressar a sua missão?

Colete o melhor de cada sugestão e esteja sempre pronto para se transformar e adaptar a comunicação visual para os diferentes momentos que a sua organização viverá.

Use e Abuse da Criatividade

Durante a construção da identidade visual, não classifique nenhuma ideia como louca demais ou pequena demais. Deixe a criatividade voar livre para formar a imagem que você idealizou.

Não tenha medo de inovar, até porque o seu grande objetivo é ser o único do mercado com este visual. Então, ousar é inevitável.

Correr riscos nunca é o cenário ideal, mas, neste momento de inovação, é um passo essencial da implantação de uma nova identidade visual.

Tanto as críticas como as sugestões podem ajudar a ver a sua imagem de outros ângulos.

Você precisa estar preparado para adaptá-la facilmente e crescer.

Atenda os Desejos da Sua Persona

Anteriormente, eu falei sobre a importância de definir quem é a sua Brand Persona.

Agora, você precisa prestar atenção nos desejos e hábitos da sua Buyer Persona.

É este perfil que você deve ter em mente durante todo o processo de criação.

A Buyer Persona simplesmente é o seu cliente.

Você precisa compreender como, quando e onde ele precisa do seu produto para elaborar uma oferta impossível de recusar.

Ao mesmo tempo em que você se manter fiel ao conceito da sua empresa, deve considerar de que forma o público quer te ver no mercado.

Que tipo de produto ele consome e que pode carregar a sua comunicação visual?

Quais cores atraem o seu olhar?

Quais fontes facilitam o entendimento do seu slogan?

Quais formas e linhas são esteticamente atraentes para ele?

Assim como em qualquer outra campanha, você precisa colocar o cliente em primeiro lugar, sem pensar duas vezes.

Situações a Serem Evitadas

Quando bem construída e sólida, a identidade visual pode fazer maravilhas pelo seu negócio.

Entretanto, quando muitas pontas são deixadas soltas, é possível que você se torne só mais um aos olhos do cliente, além de passar uma imagem de desorganização e amadorismo.

Fique atento às três situações abaixo que podem levar a sua imagem por água abaixo!

Excesso de cores

Viva pelo conceito de que menos é mais.

O uso exagerado de cores vivas, formas rebuscadas e fontes especiais pode acabar poluindo a sua imagem e confundindo o público ao invés de mostrá-lo uma solução confiável.

Aposte em elementos simples e organizados que transmitam uma mensagem clara, sem espaço para dúvidas.

Design improvisado

Um designer qualificado gera um custo considerável dentro desse procedimento, mas é um investimento absolutamente insubstituível.

Se você está pensando em dar esta tarefa importante para alguém que sabe brincar aqui e ali com o Photoshop, você simplesmente não está levando a imagem da sua marca a sério.

A construção de uma identidade visual não é um trabalho para amadores.

Um profissional qualificado é capaz de transformar as suas ideias em um produto final de qualidade, além de ter um olhar diferenciado que pode fazer considerações que você sequer imaginou.

Falta de organização e comunicação

Como você pôde perceber, a construção do visual da sua empresa requer uma análise detalhada da sua principal missão e do perfil do seu público.

Se o processo de observação e desenvolvimento de ideias é bem estruturado e organizado, tudo se torna muito mais simples na criação de design.

Entretanto, se há contradições entre as ideias ou falta de respostas aos pontos essenciais que já discutimos, o produto final não terá significado algum no mercado.

Desorganização transparece na identidade visual de qualquer marca, e isso afasta o cliente de forma quase irreversível.

Tenha em mente a importância desse projeto e prepare-se para realizá-lo da forma mais organizada possível.

Veja também este vídeo com mais algumas explicações, dicas e exemplos para criação de um projeto de identidade visual:

O que é Identidade Visual? [Curso de Identidade Visua

Chief of Design

Assista no